

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jember merupakan salah satu kota yang mempunyai banyak industri. Menurut BPS (Badan Pusat Statistik) Kabupaten Jember tahun 2012 terdapat 952 unit usaha memiliki tanda daftar industri dan 263 unit usaha sudah memiliki ijin usaha industri. Terlihat dari banyaknya industri yang ada di kota Jember membuat persaingan antara industri satu dengan industri lainnya semakin ketat, sehingga diperlukan strategi yang seimbang dengan persaingan yang ada. Semakin banyaknya industri yang ada di kota jember, maka persaingan juga akan terus meningkat serta memberikan tantangan kepada pemilik usaha untuk dapat mempertahankan usahanya demi kemakmuran usaha tersebut. Salah satu alasan yang mendorong usaha itu dapat bertahan yaitu dengan cara mempertahankan kepuasan konsumen dari berbagai aspek agar konsumen mau berkontribusi secara langsung dalam memasarkan usaha tersebut. Berdasarkan data yang telah di ambil dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember tahun 2015 terdapat beberapa jenis produk kerupuk di Kabupaten Jember yang sudah terdata jumlah produksi kerupuk di tahun 2015 antara lain sebagai berikut.

Tabel 1.1 Jumlah Produksi Kerupuk Tahun 2015 Kabupaten Jember

NO	Jenis Kerupuk	Jumlah Produksi Kerupuk (Ton/Tahun)
1	Kerupuk Bawang	66,00
2	Kerupuk Puli	31,41
3	Kerupuk Pentol	9,00
4	Kerupuk Ubar Abir	116,40
5	Kerupuk Tempe	260,00
6	Kerupuk Rambak	86,65
7	Kerupuk THR	170,00
8	Kerupuk Ikan	171,89
9	Kerupuk Lainnya	235,81

Sumber : DISPERINDAG Kabupaten Jember 2016

Kerupuk merupakan industri yang saat ini mulai berkembang di kota Jember, dibantu dengan banyaknya teknologi canggih yang berguna sebagai alat bantu dalam proses pembuatannya. Kerupuk termasuk salah satu makanan yang digemari oleh sebagian kalangan masyarakat. Karena minat masyarakat sekarang lebih banyak mencari kerupuk sebagai tambahan dalam lauk makanan, sehingga peluang yang diberikan dari bisnis ini sangat menjanjikan bagi pergerakan maupun dorongan agar Indonesia mampu menjadi negara yang mempunyai kekuatan dalam bidang perindustrian. Kerupuk pada dasarnya adalah makanan ringan yang pada umumnya dibuat dari campuran adonan tepung tapioka dicampur dengan perasa seperti udang atau ikan sesuai dengan keinginan yang akan kita buat. Kerupuk biasanya dibuat dengan cara mengukus adonan sampai matang dengan bantuan sinar matahari untuk membuat kerupuk padat dan kering, akan tetapi sekarang sudah banyak alat teknologi yang berguna untuk memberikan panas yang merata kepada adonan tersebut agar kerupuk dapat matang secara merata. Kerupuk memiliki 3 proses persiapan diantaranya pembuatan adonan, pengeringan, dan pemasakan biasanya bisa digoreng dengan minyak ataupun dengan pasir.

UD. Tiga Bintang merupakan sebuah industri di daerah Jember yang bergerak dalam proses produksi kerupuk mentah ubar abir. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 1994. Dalam menjalankan proses produksinya perusahaan masih menggunakan beberapa alat tradisional sebagai alat bantu produksi. Penggunaan alat tradisional pastinya akan menghasilkan produk yang berbeda dengan menggunakan alat canggih. Dengan kata lain tidak semua proses produksi yang memakai alat tradisional akan menghasilkan produk yang kurang sempurna malah sebaliknya ketika menggunakan alat tradisional adonan dan rasa yang tercipta akan mempunyai daya tarik tersendiri yang tidak kalah dengan alat-alat modern. Usaha ini sempat membuka cabang tetapi usaha tersebut mulai memiliki banyak pesaing dan akhirnya memilih untuk menutup cabang tersebut dan lebih fokus pada satu cabang industri saja. Produk kerupuk UD. Tiga Bintang memiliki beberapa varian rasa. Diantaranya kerupuk bawang dan kerupuk ikan tengiri yang

disesuaikan dengan permintaan konsumen. Kegiatan pemasaran meliputi daerah Jember, Lumajang, dan Bondowoso.

Dinamika perkembangan usaha UD. Tiga Bintang pada saat ini. Jika ditinjau dari tenaga kerja terjadinya penambahan tenaga kerja dengan jumlah total sebanyak 6 orang yang awalnya hanya 2 orang yaitu pemilik usaha. Dengan pembagian posisi kerja 1 orang bagian keuangan, 3 orang bagian produksi, 1 orang bagian pemasaran, dan 1 orang bagian pemasok produk. Jika ditinjau dari bahan baku yang digunakan berupa tepung tapioka dan tepung gaplek dengan jumlah 500kg tepung pada awal berdirinya usaha dan pada saat ini terjadi penambahan bahan baku sebanyak 1 kuintal tepung pada saat produksi kerupuk dijalankan. Adapun dari segi pemasaran yang awalnya pemilik usaha berkeliling untuk mencari toko yang mau menjual produk kerupuk dari perusahaan, sekarang UD. Tiga Bintang sudah memiliki 1 orang untuk melakukan pemasaran kepada toko yang menjual berbagai jenis kerupuk dikota Jember.

BMC (*Business Model Canvas*) merupakan suatu strategi yang mampu menampilkan inovasi baru yang berbeda dengan teknik strategi lainnya. *Business Model Canvas* dapat menggambarkan *operasional* dari *StartUp*. Maka dari itu, Proses ini adalah proses yang vital bagi perusahaan yang baru berjalan. Menggunakan proses ini, pemimpin dapat merancang tahap awal hingga akhir, proses *revenue stream*, hingga pengaturan hubungan dengan pelanggan yang dapat teratur. Pada buku *BMgeneration Book* milik Alex Osterwalder tahun 2015 mengatakan bahwa *business model canvas* menggambarkan rasional bagaimana sebuah *organizational* dapat menciptakan, meyalurkan dan mendapatkan *value*.

Berdasarkan permasalahan diatas peneliti tertarik untuk menggunakan metode *Business Model Canvas* karena dengan adanya metode ini diharapkan akan mendapatkan hasil yang maksimal dalam proses perkembangan usaha industri UD. Tiga Bintang. Sehingga dapat memberikan manfaat kepada pemilik usaha dalam proses pemilihan strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha. Alat analisis yang akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada diantaranya adalah analisis SWOT dan analisis BMC (*Business Model Canvas*) yang berguna sebagai petunjuk UD. Tiga Bintang dalam mengambil alternatif

pilihan terbaik guna untuk melakukan pengembangan usaha yang diinginkan serta menetapkan prioritas mana yang harus dilakukan terlebih dahulu agar usaha tersebut berkembang. Maka penulis berniat untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Produk Kerupuk Ubar Abir Pada UD. Tiga Bintang Melalui Penerapan BMC (*Business Model Canvas*) Kabupaten Jember” dengan harapan penelitian ini dapat menjawab semua aspek permasalahan yang ada, serta mampu memberikan alternatif terbaik untuk perkembangan usaha ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pemetaan pada Produk Kerupuk Ubar Abir UD. Tiga Bintang ke dalam *Business Model Canvas* ?
2. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman UD. Tiga Bintang dari setiap komponen dalam *Business Model Canvas* ?
3. Bagaimana strategi alternatif yang diambil pada UD. Tiga Bintang berdasarkan hasil dari *Business Model Canvas* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dikemukakan diatas, adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk dapat melakukan pemetaan produk kerupuk ubar abir yang tepat pada UD. Tiga Bintang dalam penerapan *Business Model Canvas*.
2. Untuk dapat melakukan Analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada UD. Tiga Bintang dari setiap komponen dalam *Business Model Canvas*.
3. Untuk dapat merumuskan alternatif strategi baru pada UD. Tiga Bintang berdasarkan *Business Model Canvas*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka dari hasil penelitian diharapkan :

1. Bagi Penulis

Dapat mengetahui apakah dalam sebuah penerapan *Business Model Canvas* mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha pada UD. Tiga Bintang.

2. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan referensi apakah penting sebuah pengembangan usaha terhadap terjualnya suatu produk di perusahaan tersebut, sehingga dapat menjadi suatu acuan bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan khususnya dalam menganalisis penerapan BMC (*Business Model Canvas*) untuk meningkatkan mutu pelayanan dan kualitas produk yang di inginkan oleh konsumen.

3. Bagi Pihak Lain

Dapat dijadikan sebagai referensi dalam menentukan kebijakan yang akan diambil untuk melakukan suatu pengembangan usaha yang berguna untuk meningkatkan volume penjualan yang ditargetkan kepada konsumen.